

Wie machen Crowd Design und Marketing-Automation Produkteinführungen erfolgreicher ?

Crowd Design ist nicht neu

Crowd Design bedeutet, dass ein Unternehmen seine Kunden und Vertriebspartner an der Entwicklung eines Produktes beteiligt. Der Gedanke wird leider viel zu selten in die Tat umgesetzt. Zahlreiche Erfolgsgeschichten zeigen, wie gut Crowd Design funktionieren kann, wenn die Firmenkultur dieses Denkmodell möglich macht.

Dabei liegen die Vorteile auf der Hand:

- Crowd Design passt perfekt zu unseren technischen Online-Möglichkeiten; Rückmeldung erfolgt sofort, viele Menschen - also „crowds“ können mitwirken.
- Wer als Co-Designer „sein Produkt“ mitgestaltet, der entwickelt dazu eine starke Bindung. Ganz automatisch wird er zum potentiellen Kunden und „Botschafter des Produktes“.
- Auf einmal steht der Preis nicht mehr an erster Stelle bei der Bewertung, kleine Schwächen werden eher hingenommen.
- Last, but not least: Viele Ideen kommen aus der „crowd“ - Ihre eigenen Produktentwickler sind einfach nicht darauf gekommen. Die begeisterten Co-Designer leisten oft wertvolle kreative Beiträge.

Wie ergänzen sich Crowd-Design und Marketing-Automation ?

Crowd Design bringt einen **viralen Effekt** mit. Der Co-Designer möchte haben, dass andere Menschen an seiner kreativen Leistung teilhaben. Er möchte als Mit-Schöpfer eines coolen Produktes, einer ungewöhnlichen Idee wahrgenommen werden, auch wenn das fertige Produkt nur in einem Detail seine Handschrift trägt.

Die Erfahrung zeigt, dass die Co-Designer sehr gerne das Endprodukt nicht nur weiter empfehlen. Zum Teil beschicken sie ganze Mailinglisten

mit Produktinformationen und Einladungen. Eine solche Empfehlung kann mit einem „Danke schön“ versüsst werden.

Dazu kommt ein ungewöhnlicher Nebeneffekt: Allein schon dadurch, dass ein Produkt per Crowd-Design von vielen Co-Designern geschaffen wurde, wird dieses Produkt erheblich aufgewertet. Es hat nicht nur ein Unternehmen ein Produkt hergestellt und will es jetzt verkaufen. Nein: Eine ganze Gruppe von Personen hat dazu beigetragen, hat quasi ihr „Like“ gegeben und gemeinsam etwas zustande gebracht.

Der Aspekt des Verkaufes tritt in den Hintergrund. Das, was so viele Leute gut finden, das passt wahrscheinlich auch zu mir. Und dann wurde es auch noch empfohlen. Ein weiterer Aspekt: Wenn eine Sache schon erfolgreich ist, wird sie leichter akzeptiert. Es muss viel weniger Überzeugungsarbeit geleistet werden, weil schon so viele Andere es gut finden. Darauf beruht ein großer Teil der Wirkung in sozialen Netzen, womit leider auch immer wieder Missbrauch getrieben wird. Das ist bei dem Konzept des Crowd-Design mit Marketing-Automation nicht der Fall.

Marketing-Automation ist für den Erfolg des Konzeptes ausgesprochen wichtig. Denn viele Empfehlungskontakte werden zwar einmal eingeladen und informiert, reagieren aber nicht sofort. Sie werden immer wieder neu aktiviert, informiert und durch Lead-Entwicklung bis zum Kauf betreut.

Das Konzept in der praktischen Anwendung

Wenn man Crowd-Design professionell einsetzt, dann geht es nicht um die Pizza, die man sich online selbst zusammen stellen kann. Es geht z.B. darum, Business-Software für den Bedarf einer bestimmten Crowd zu erstellen. Praktisch sehen die Phasen des Projektes so aus:

Vorstellung des Projektes:

Die „Crowd“ besteht dabei aus Profis, die man zu einem solchen Vorhaben einlädt. Es sind einige Vorarbeiten nötig. Soziale Medien wie XING oder LinkedIn bieten dafür die Plattform.

Die Zielgruppe wird zu dem Vorhaben eingeladen und mit dem **Demand Generator** über die Details informiert. Sofort bekommt man die Rückmeldung, wie interessiert die Zielgruppe tatsächlich ist. Die Personen, die an Co-Design interessiert sind, geben ihre Rückmeldung per Demand Generator. Man erspart sich so den extrem mühsamen Weg, zahllose eMails auszuwerten.

Workspace aktivieren:

Wieder via Demand Generator werden die Interessenten auf den Workspace eingeladen, nehmen an einer Online-Session teil oder werden auf eine moderierte Website geführt. Die Ergebnisse des jeweiligen Projektschrittes werden via Demand Generator an die Crowd zurück kommuniziert. So ist man immer im Bild, ob noch alle Co-Designer bei der Sache sind oder ob das Interesse erlahmt.

Eine erste Lösung ist verfügbar:

Nachdem der erste Prototyp verfügbar ist - was immer es auch sei - bekommen die Co-Designer, meist Business-Kunden, Partner, Händler oder Vertriebspartner Zugang zum Produkt. Es geht jetzt um Tests, fine-tuning und Fertigstellung einer marktfähigen Lösung.

Verkaufphase:

In der Verkaufsphase sorgt ein intelligent gestalteter, automatisierter Prozess, den wir üblicherweise mit der **DemandFlow-Suite** realisieren, für die Verbreitung im Zielmarkt.

Der virale Effekt greift nicht nur bei den Co-Designern und in deren Umfeld. Mit einem gut durchdachten Prozess wird der virale Effekt auch genutzt, um Bestandskunden zu Botschaftern des Produktes zu machen. All' dies funktioniert, wie im richtigen Leben: Weder schematisch, noch zu 100%.

Die Praxis zeigt jedoch regelmässig, dass die konzeptionelle Arbeit im Vorfeld eines Crowd-Designs sich für viele Produkte und Projekte eignet.

Ob es eine Business-Software ist, ein Consumerprodukt oder ein technisches Gerät: Immer gibt es eine Gruppe von potentiellen Käufern. Und immer wird es in dieser Gruppe eine ausreichende Zahl von Co-Designern geben, die bereit sind, mitzuwirken.

Wichtig ist, dass die ganzen Online-Prozesse perfekt ausgestaltet sind und perfekt funktionieren. Hier kann es keine Kompromisse bei Komfort und Funktionalität geben. Der Co-Designer möchte sich nicht mit Technik plagen, sondern einfach nur seine Kreativität einbringen.

Bei allen Projekten unterstützt Sie unser Team sehr gerne:

DemandFlow GmbH
Besselstrasse 26a
68219 Mannheim

Tel: 0621/8785-0
Fax: 0621/8785-100

URL: www.demandflow.de

Sie können unser Produkt **Demand Generator** kostenfrei online testen. Schauen Sie sich bitte auf der Startseite unserer Homepage den Film zum Demand Generator an.

Dort finden Sie auch den Testzugang (kostenfrei und ohne Verpflichtung).